

YoConsumidor

**NATHALY LUCÍA GARCÍA RUBIO
MIGUEL URIBE LONDOÑO**

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
CENTRO DE ESTUDIOS DE PERIODISMO
CEPER
BOGOTÁ
2014**

Contenido

Concepto General	3
Estado del arte	5
Justificación del medio	10
Concepto Periodístico	13
Modelo Periodístico	15
Secciones	17
Audiencias	21
Estilo del medio	23
Modos de Navegación	24
Modelo de negocio	26
Estrategia de Mercado	31
Memorias del proyecto	33

Concepto General

Sitio web creado para proteger los intereses de los consumidores colombianos. Es un espacio dirigido a informar a los usuarios sobre los derechos que adquieren al comprar algún producto o servicio. Principalmente busca posicionarse como un espacio en el cual los usuarios puedan exponer sus problemas que aún no han tenido solución. Estas experiencias serán la materia prima para los contenidos que serán desarrollados en la página. Asimismo, busca enseñarlos a: actuar frente a alguna situación de incumplimiento por parte de las empresas que ofrecieron los bienes adquiridos y a defenderse cuando las empresas les niegan sus derechos. Además, este proyecto pretende convertirse en una guía sobre la calidad de los productos del mercado y sobre los procesos que tienen las empresas para determinados procedimientos.

En la fecha en la que entra en vigencia el Estatuto del Consumidor, a partir del 13 de abril de 2012, el consumidor empezó a tener una mejor posibilidad de ejercer sus derechos y de exigir su protección. Desde esta fecha los consumidores tienen derecho a:

1. La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad. 2. El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas. 3. La educación del consumidor. 4. La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten. 5. La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia.¹

YoConsumidor tomará estos conceptos de regulación nacional y se aplicarán con base en los estándares internacionales bajo los cuales se rigen los medios dirigidos a consumidores en el mundo. Sobre estos modelos hace referencia Francisco Abascal Rojas, experto en diseño y consultoría de empresas, quien define las corrientes en las cuales se agrupan las instituciones dedicadas a defender los intereses de los consumidores:

En la actualidad hay asociaciones de consumidores en todos los países del mundo en los que existe una fuerte producción de bienes y servicios, y en donde los consumidores disponen de cierto poder adquisitivo. En los países de bajo desarrollo, el movimiento consumerista todavía está en una incipiente fase de crecimiento.

¹ Ley 1.480 de 2011. ARTÍCULO 1o. Principios Generales.

Existen diferentes tipologías de asociaciones de consumidores y es muy frecuente que en un mismo país coexistan distintos tipos de organizaciones:

** Las asociaciones de tipo anglosajón, que se autofinancian con la venta de sus publicaciones y centran su actividad en la realización de análisis comparativos de productos.*

** Las asociaciones de tipo federativo agrupan a organizaciones de carácter sindical, familiares y cooperativas de consumo.*

** Institutos o laboratorios de investigación trabajan para suministrar información a las asociaciones o los consumidores.²*

En este sentido, YoConsumidor trabajará sobre el modelo norteamericano, que sugiere una autofinanciación a través de la venta de publicaciones. Este será aplicado por medio de la venta de información, especialmente en los boletines personalizados.³

Adicionalmente, la información que ofreceremos saldrá directamente de los mismos consumidores, es decir, los usuarios son quienes deciden las historias que van a ser publicadas en este medio. Esto se hace con el fin de que los usuarios sientan a YoConsumidor como suyo, siendo ellos mismos la fuente primordial de este medio. Asimismo, Abascal menciona una corriente consumerista la cual *supone un pensamiento generalizado por incrementar el derecho y los poderes de los consumidores en relación con aquellos que tienen los vendedores.*⁴

Anteriormente, este mismo autor mencionaba el estado de crecimiento en el que se encontraba este movimiento en países de *bajo desarrollo* como Colombia. Así mismo lo indica el poco progreso de los medios especializados en consumidores en el país, que prácticamente se reducen a cero. Actualmente existen algunos intentos por defender a los consumidores. Sin embargo, factores como los periodos de actualización, la forma de presentar la información y la audiencia, no permite que sean identificados como un medio de comunicación.

² Abascal Rojas Francisco. Consumidor, clientela y distribución para la economía del futuro. Pág 47.

³ Ampliar información en la página 19.

⁴ Abascal Rojas Francisco. Consumidor, clientela y distribución para la economía del futuro. Pág 44.

Estado del arte

Nombre	Formato	Participación ciudadana en los contenidos	Retroalimentación	Guía para solución de problemas	Lenguaje Periodístico	Investigación Periodística	Redes sociales			Recibe Denuncias	Hace Denuncias	Educa	Informa	# entre las páginas más visitadas en Colombia*
							T	Fb	YT					
Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor -FIGAC-	Sitio web	NO	NO	NO	NO	NO	-	-	-	NO	NO	NO	SÍ	No tiene tráfico.
Confederación Colombiana de Consumidores. A través del Boletín del Consumidor.	Tv	NO	NO	SÍ	NO	NO	-	-	X	SÍ	NO	SÍ	SÍ	-
Mercado de dinero auspiciado por AUSBANC Consumo (España)	Sitio web	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	X	-	X	NO	NO	NO	SÍ	7.583
Fundeconsumo	Blog	NO	NO	NO	NO	NO	-	-	-	SÍ	NO	NO	SÍ	No aparece entre las más visitadas en el país.
El Consumidor	Blog	NO	NO	NO	NO	NO	-	-	-	SÍ	NO	NO	SÍ	No aparece entre las más visitadas en el país.
Apartes de diarios económicos como: La República y portafolio	Sitio Web	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	X	X	X	NO	SÍ	NO	SÍ	-

Dependencias de la Superintendencia de Industria y Comercio –SIC-														
Nombre	Formato	Participación ciudadana en los contenidos	Retroalimentación	Guía para solución de problemas	Lenguaje Periodístico	Investigación Periodística	Redes sociales			Recibe Denuncias	Hace Denuncias	Educa	Informa	# entre las páginas más visitadas en Colombia*
							T	Fb	YT					
SIC TV	Online Tv	NO	NO	SÍ	SÍ	NO	-	-	X	NO	NO	SÍ	SÍ	-
Red Nacional de Protección del Consumidor	Sitio Web	NO	NO	SÍ	NO	NO	-	-	-	SÍ	NO	NO	SÍ	No tiene tráfico en su página.
La Ruta del Consumidor	Unidad Móvil (Bus)	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	-	-	-	NO	NO	SÍ	NO	-
La Casa del Consumidor	Sitio físico	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO	-	-	-	SÍ	NO	NO	SÍ	-
Entidades														
Nombre	Formato	Participación ciudadana en los contenidos	Retroalimentación	Guía para solución de problemas	Lenguaje Periodístico	Investigación Periodística	Redes sociales			Recibe Denuncias	Hace Denuncias	Educa	Informa	# entre las páginas más visitadas en Colombia*
							T	Fb	YT					
Confederación Colombiana de Consumidores	Sitio Web	NO	NO	NO	NO	NO	-	-	-	SÍ	NO	NO	SÍ	No aparece.
Superintendencia de Industria y Comercio	Sitio web	NO	NO	SÍ	NO	NO	X	X	X	SÍ	NO	NO	SÍ	380
Superintendencia Financiera de Colombia	Sitio web	NO	NO	SÍ	NO	NO	X	X	X	SÍ	NO	NO	SÍ	1667

Nombre	País	Formato	Participación ciudadana en los contenidos	Retroalimentación	Guía para solución de problemas	Lenguaje Periodístico	Investigación Periodística	Redes sociales			Recibe Denuncias	Hace Denuncias	Educa	Informa	# entre las páginas más visitadas en su país*
								T	Fb	YT					
Procuraduría Federal del Consumidor -PROFECO-	México	Sitio web	NO	NO	SÍ	NO	NO	X	X	X	SÍ	NO	NO	SÍ	1.014
Portal del consumidor -PROFECO-	México	Sitio web	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	X	X	X	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	7.640
Revista del Consumidor	México	Radio TV Impreso	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	X	X	-	NO	NO	SÍ	SÍ	-
Instituto Nacional del Consumidor -INCO-	México	Sitio web	NO	NO	SÍ	NO	NO	X	-	X	SÍ	NO	SÍ	SÍ	1.217
Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios -COFEPRIS-	México	Sitio web	NO	NO	NO	NO	NO	X	X	X	SÍ	NO	NO	SÍ	7.432
Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos -IFAI-	México	Sitio web	NO	NO	SÍ	NO	NO	X	X	X	NO	NO	SÍ	SÍ	3.559
Servicio Nacional del Consumidor -SERNAC-	Chile	Sitio web	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO	X	-	X	SÍ	NO	SÍ	SÍ	342

Nombre	País	Formato	Participación ciudadana en los contenidos	Retroalimentación	Guía para solución de problemas	Lenguaje Periodístico	Investigación Periodística	Redes sociales			Recibe Denuncias	Hace Denuncias	Educa	Informa	# entre las páginas más visitadas en su país*
								T	Fb	Yt					
Observatorio Nacional del Consumo -ONACON-	Chile	Sitio web	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO	X	-	-	NO	NO	NO	SÍ	No aparece entre las más visitadas en el país.
Organización de Consumidores y usuarios de Chile -ODECU- Tiene múltiples páginas asociadas de diferentes especializaciones	Chile	Sitio web	NO	NO	SÍ	NO	NO	X	X	X	NO	SÍ	SÍ	SÍ	No aparece entre las más visitadas en el país.
• Federación de Asociaciones de Consumidores Sur Austral -FECOSUR- Chile.															
• Cambio social desde el consumo -FOJUCC-	Chile	Sitio web	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	X	X	X	SÍ	NO	SÍ	NO	No aparece entre las más visitadas en el país.
• Asociación de Consumidores y usuarios de la Provincia de Valdivia -ACOVAL-	Chile	Sitio web	SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ	X	X	-	SÍ	SÍ	NO	SÍ	No aparece entre las más visitadas en el país.
Consumers International -CI-	Inglaterra	Sitio web	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	X	X	X	NO	SÍ	SÍ	SÍ	No aparece entre las más visitadas en el país.
European Consumer Centers Network	Alemania	Sitio web	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	X	-	-	SÍ	NO	SÍ	NO	293
Department of Economic Development, DED	Emiratos Árabes	Sitio web	NO	NO	SÍ	NO	NO	-	-	X	NO	NO	SÍ	SÍ	8.449

Nombre	País	Formato	Participación ciudadana en los contenidos	Retroalimentación	Guía para solución de problemas	Lenguaje Periodístico	Investigación Periodística	Redes sociales			Recibe Denuncias	Hace Denuncias	Educa	Informa	# entre las páginas más visitadas en su país*
								T	Fb	Yt					
Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios -ASPEC-	Perú	Sitio web	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	X	X	X	SÍ	SÍ	NO	SÍ	No aparece entre las más visitadas en el país.
Organismo Peruano de Consumidores y Usuarios -OPECU-	Perú	Sitio web	NO	SÍ	NO	SÍ	SÍ	X	X	X	SÍ	SÍ	NO	SÍ	No aparece entre las más visitadas en el país.
Subsecretaría de Defensa del Consumidor	Argentina	Sitio web	NO	NO	NO	NO	NO	-	-	-	SÍ	NO	SÍ	SÍ	4.984
Revista IDEC	Brasil	Sitio web	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ	X	X	-	SÍ	NO	SÍ	SÍ	5.461
Consumer Reports	Estados Unidos	Sitio web	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	X	X	X	NO	SÍ	SÍ	SÍ	720
Better Business Bureau -BBB-	Estados Unidos También tiene sede en Canadá.	Sitio web	NO	NO	SÍ	NO	NO	X	X	X	SÍ	NO	SÍ	NO	301
Movimento Consumatori	Italia	Sitio web	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	X	X	X	SÍ	NO	NO	SÍ	No aparece entre las más visitadas en el país.

Justificación del medio

Los consumidores colombianos han padecido de un desconocimiento de sus derechos. El primer Estatuto del Consumidor en Colombia fue el decreto 3466 de 1982, sin embargo, no representaba mayor protección para los consumidores. No existía una norma clara sobre la garantía de los productos y las sanciones a los proveedores que cometían alguna falta eran irrisorias. Solo 30 años después, con la ley 1480 conocida como el Estatuto del Consumidor, el Gobierno Nacional hizo un paso importante para garantizar los derechos de los consumidores y regular la relación de estos con el comercio. Los consumidores mismos también demuestran un interés generalizado por encontrar información sobre los derechos de los consumidores. Según *Alexa Traffic Rank*, las palabras que dirigieron alguna búsqueda hacia la página web de la Confederación Colombiana de Consumidores fueron:

1. Boletín del Consumidor: 54.69 %.
2. Defensa del consumidor: 7.84 %.
3. Derechos del consumidor: 7.43 %.
4. Ley 820 de 200316: 7.25 %.
5. Defensor del consumidor: 5.97%.

Las cifras números hablan por sí solas, más de la mitad de estas búsquedas son acerca del Boletín del Consumidor. Esta publicación se ha consolidado en el imaginario colombiano como el referente más claro sobre defensa de los consumidores debido a la forma como es presentado. Sin embargo, este no transmite información con una periodicidad regular, ni contempla la interacción de los usuarios.

Esta búsqueda de los usuarios es, a su vez, una justificación para los esfuerzos de las organizaciones que están al servicio de la protección y defensa de los derechos del consumidor. Demostrando así que el interés de estas entidades por atender las necesidades informativas y educativas de los consumidores es un camino acertado. Asimismo, entes gubernamentales como las superintendencias también están tratando de divulgar los derechos de los consumidores. Estos esfuerzos han llegado a tal punto que la SIC (Superintendencia de Industria y Comercio) está educando a los niños a través de una cartilla para que se identifiquen como consumidores y a defenderse como tales.

Pese a estos intentos nos hemos dado cuenta de que en Colombia no hay un medio de comunicación que agrupe las necesidades de los consumidores,

divulgue sus derechos masivamente y al mismo tiempo plantee soluciones a los problemas que a diario presentan los colombianos con el comercio. Los grandes problemas que tienen estos pocos medios se basan en la falta de comunicación con los usuarios, casi ninguno tiene retroalimentación ni participación de los consumidores en el proceso de creación de los contenidos. Esto se refleja en el éxito entre las audiencias. Solo tres páginas web relacionadas con los consumidores colombianos aparecen entre las más buscadas en internet según la página Alexa, las mismas que manejan activamente al menos dos redes sociales. La Superintendencia de Industria y Comercio, la Superintendencia Financiera de Colombia y Mercado de Dinero, son las únicas que aparecen entre las páginas más visitadas en el país o a nivel mundial. En Colombia ocupan los puestos 380, 1.667 y 7.583 respectivamente, mientras que a nivel internacional casi todas las páginas similares están dentro de las más solicitadas en cada país.

Hemos identificado que para que las entidades públicas y privadas, que se dedican a la protección y defensa de los derechos del consumidor, como la Superintendencia de Industria y Comercio, Superintendencia Financiera y la Confederación Colombiana de Consumidores; puedan cumplir a cabalidad sus objetivos, es necesario complementar su trabajo informando masivamente cuáles son sus funciones y educando cómo hacer uso de ellas. Para ello incluiremos en una de nuestras secciones un directorio en el cual se especifiquen los casos en los que los consumidores podrían acudir a determinada superintendencia, asociación o ministerio.

Teniendo en cuenta las nuevas tendencias de los medios de comunicación que actualmente en Colombia *están lejos de contar con las mejores prácticas que aprovechan las ventajas propias de los medios interactivos*⁵, pensamos que lo más apropiado es hacer un intento para acercar al periodismo colombiano a un mayor aprovechamiento del campo multimedia. Para ello es preciso que este medio sea netamente en versión digital.

En contraste, los medios internacionales han implementado las redes sociales como un elemento de contacto con la comunidad, solo uno de los analizados no cuenta con alguna red. Esta interacción es reflejada en el lugar que ocupan en cuanto al número de visitas que reciben. Con solo una cuenta en Twitter, el sitio alemán *European Consumer Centers Network* ocupa el puesto 293.

En los medios internacionales es notoria una tendencia a crear un contenido más completo y cercano a los usuarios, los medios colombianos tienen mucho camino por recorrer para poder lograr en el país una cultura de respeto y reconocimiento del consumidor. Sitios como *Consumer Reports* de Estados Unidos, que está en funcionamiento desde 1936 y actualmente se ubica entre las primeras mil páginas

⁵ Universidad de la Sabana. Revista Palabra Clave. Pág 126.

de internet más solicitadas por los usuarios, son la muestra de que es necesario un medio de comunicación que trabaje por los consumidores.

Una característica en común es que la mayoría de estos medios cuentan con el respaldo del gobierno de cada país. En Colombia, ningún intento por hacer un medio de comunicación enfocado a los consumidores ha recibido una ayuda, a menos que la iniciativa provenga directamente de una dependencia como alguna Superintendencia. Estas entidades se han consolidado como las únicas que velan por el cumplimiento de los derechos de los consumidores. Sin embargo, debido a la poca retroalimentación con los usuarios y la poca claridad de los contenidos, ninguna de estas instituciones ha conformado un medio de comunicación de este tipo.

Consideramos entonces que un medio de comunicación es la forma más adecuada de ayudar a los consumidores. La claridad en el lenguaje y la cercanía con la gente, debe ser el pilar de YoConsumidor. Es necesario que la gente entienda, como primera medida, que tiene derechos como consumidor y en consecuencia, derecho a reclamar. Si la gente se identifica con una de nuestras historias, asumirá que su caso puede tener solución.

Concepto Periodístico

La fuente principal de YoConsumidor es la voz de los usuarios buscando siempre ser un medio de comunicación incluyente. Esto crea un compromiso con nuestra audiencia que espera un contenido enfocado a proteger los derechos de los consumidores. Igualmente la información está dirigida a enseñar a los consumidores a usar las herramientas jurídicas que están al alcance de todos para hacer valer sus propios derechos. Este objetivo se trabajará a través de las formas narrativas mayormente visuales y lenguaje sencillo, ningún término jurídico será permitido sin explicación.

El desarrollo del concepto periodístico se basará siempre en Hipermedia. Según Isidro Moreno, licenciado en información y ciencias de la comunicación de la Universidad Complutense de Madrid, *la Hipermedia constituye un sistema semiótico que amplía y desarrolla el nuevo medio de comunicación nacido de la interactividad, en ellos convergen interactivamente las sustancias expresivas de varios media: imágenes, audiovisuales, fotográficas, infográficas y topográficas.*⁶

El concepto Hipermedia es escasamente trabajado en Colombia. Según la revista Palabra Clave de la Universidad de la Sabana, *la fotografía es uno de los recursos más sencillos de llevar al medio digital, y aunque un 100 % de los periódicos nacionales lo utiliza, la mitad de ellos realmente hacen un uso muy limitado de él, pobre, si cabe la expresión.*⁷ Son muy pocos los medios en Colombia que incorporan diferentes formas narrativas en sus contenidos, y aun cuando las incorporan no son aprovechadas en todo su potencial. Sitios especializados como La Silla Vacía, hacen algunos acercamientos en sus publicaciones en las cuales utilizan mapas interactivos o infografías. Sin embargo, es solo en casos excepcionales. YoConsumidor pretende hacer que el buen uso de las hipermediaciones sea permanente por primera vez en un medio de comunicación colombiano.

Para lograr este objetivo es fundamental comenzar a tomar las ventajas del mundo virtual a través de las redes sociales. Estas serán usadas en primer lugar como fuente principal de YoConsumidor así como para divulgar el contenido del sitio web y aumentar la audiencia. Actualmente, las páginas que tienen información sobre consumidores no utilizan las redes, a excepción de las superintendencias y de los diarios económicos no especializados en consumidores. Un ejemplo de ellos es la confederación Colombiana de Consumidores que solo utiliza el canal de Youtube. Aunque tiene una cuenta en Facebook no la actualiza desde 2011. Sin embargo, hay varias personas que les escriben a este sitio exponiendo sus casos de abuso por parte del comercio sin obtener ninguna respuesta.

⁶ Moreno Isidro. Musas y nuevas tecnologías. Pág 70.

⁷ Universidad de la Sabana. Revista Palabra Clave. Pág 120.

Queremos que nuestra audiencia se sienta identificada con nosotros, por eso queremos que la extensión del sitio sea .co y no .com. De esta manera la página en la red (*web site*) será: www.yoconsumidor.co⁸

Sin embargo, para facilitar la llegada de los usuarios al sitio tendremos otros dominios que los redirigirán a YoConsumidor:

www.yoconsumidor.net

www.yoconsumidor.info

www.yoconsumidor.org

www.yoconsumidor.com.co

Las redes sociales serán parte fundamental del éxito de YoConsumidor. Iniciaremos en:

Facebook: yoconsumidor.co

Es una de las redes principales que utilizaremos. Además de publicar contenido que dirija a tráfico a nuestra página, será una de las fuentes principales que utilizaremos. Los usuarios de Facebook podrán escribirnos a través de mensajes privados y así contarnos sus historias para que luego el equipo la investigue.

Twitter: @YoConsumidorCo

Esta herramienta será usada para atraer tráfico a nuestra página. En ella publicaremos notas de actualidad.

Youtube: yoconsumidor.co

En esta red los usuarios podrán acceder a un banco de videos de nuestras notas.

Habrá chat que estará instalado en la página de inicio de este sitio web. Este funcionará como un espacio para que los consumidores se desahoguen. Allí podrá contarnos sus experiencias y nosotros nos encargaremos de investigarlas para poder darle alguna solución al usuario. Las quejas que sean repetitivas, serán publicadas como historias en YoConsumidor. De lo contrario se ofrecerá na solución en la sección YC Guía. La diferencia con Facebook es que aquí tendrá un contacto directo en tiempo real con el equipo de YoConsumidor.

⁸ Tenemos la propiedad de este dominio.

Modelo Periodístico

YoConsumidor utilizará la investigación como principal recurso periodístico. Este será aplicado para desarrollar las historias que los usuarios nos comparten a través del chat y las redes sociales. Dependiendo de la información haremos investigaciones cortas o largas, las cortas serán para ayudar a los usuarios a encontrar una solución a su problema, una guía sobre los lugares a dónde, cómo y en qué casos acudir. Las investigaciones largas serán en las cuales nosotros haremos esa tarea de buscar a los responsables y a otras entidades que puedan ayudar a resolver un caso. Esto a su vez implica que utilicemos la entrevista. Todas deberán ser grabadas en audio independientemente de su formato de publicación.

Una parte fundamental para la consecución de historias serán las Redes Sociales. Además de ser un medio de divulgación, las redes serán utilizadas como una forma de comunicación bilateral. Es entonces cuando el contenido se convierte en colaborativo. Allí los usuarios encontrarán historias informativas, unas de denuncia y otras de que serán una guía práctica para la vida diaria. Siempre se debe tener en cuenta que el contenido deberá estar 100 % relacionado con los problemas del ciudadano de a pie.

Inicialmente tendremos siete secciones⁹: Actualidad, Historias, Los 5 más, YC Guía, Comunidad, YC Advierte y ¿Quiénes somos? Manejaremos principalmente dos géneros: la noticia y el reportaje. Las noticias se utilizarán en la sección de actualidad y los 5 más. Los reportajes estarán presentes a través de las historias semanales Usaremos tres formas de narrar contenidos periodísticos: Infografías, videos y textos que deben ir siempre acompañados de galerías fotográficas. Las infografías serán estáticas o interactivas, esto dependerá del tipo de información que se maneje. Si un tema tiene muchas conexiones con otros temas o más de 4 fuentes deberán ser interactiva. Los videos durarán máximo 5 minutos y contendrán una historia completa con animaciones. Las historias que aporten los usuarios serán escritos en forma reportaje, esto y estarán acompañados de galerías, las fotos que allí aparezcan deberán ser tomadas específicamente para cada nota y deberá tener un contenido periodístico que sea suficiente para considerarse una historia por sí sola. Queremos que YoConsumidor sea mayormente visual y que los usuarios hagan el menor esfuerzo posible por entender los temas que trataremos.

Es innegable que el mundo digital está ganando terreno en los medios de comunicación debido a su inmediatez. Es por esto que YoConsumidor manejará también el boletín¹⁰. Este tendrá dos versiones: gratis y paga. La gratis será semanal, un resumen de lo que se encontrará en nuestra página (nuevas historias,

⁹ Ver ampliación en la página 17.

¹⁰ Ver ampliación en página 26.

los nuevos 5 más) así como un calendario de eventos relacionados con consumidores. Su inscripción se hará a través de un formulario en nuestra página web. La versión paga tendrá contenido especializado, pequeñas cápsulas de información relacionada con el mundo de los negocios. Aquí, el lector podrá escoger los temas que le interesa y no solo recibirá nuestras notas, sino que también funcionará como un agregador de contenidos. Esta opción permitirá al usuario conocer el contenido de inmediato.

Para poder cumplir a cabalidad con los propósitos propuestos consideramos que necesitamos un equipo de tres periodistas, un diseñador gráfico, un web máster y un fotógrafo. Uno de los periodistas se encargará de manejar las redes sociales y cumplirá el rol de *community manager*, deberá también atender el chat para poder sacar las historias a trabajar. Para ello requerimos a un comunicador con experiencia en el manejo de redes sociales e implementación de estrategias en red. Los otros dos periodistas trabajarán conjuntamente la investigación de las historias, la publicación de y actualización de la sección actualidad y el desarrollo del contenido de los boletines. Deberán ser personas con experiencia en investigación y redacción. El diseñador gráfico deberá tener experiencia editorial y se encargará del diseño de las infografías tanto estáticas, como interactivas. El web máster será quien convierta los diseños en propuestas digitales listas para publicar. Además, será el encargado de subir el contenido de los boletines y hacer el envío de los mismos. Por último, contaremos con el apoyo de un fotógrafo, esto con el fin de contar con una alta calidad de las imágenes que deberán ser hechas a la medida de cada noticia.

Secciones

Sección	Justificación	Desarrollo	Fuente	Descripción		
				Alimentación	Inicio	Menú
Actualidad	Página de noticias nacionales e internacionales. En ella se contará los hechos puros sin ningún tipo de análisis adicional.	<p>Diariamente se hará un monitoreo de medios. De allí tomaremos una o varias noticias que puedan llegar a afectar el bolsillo de los consumidores. Luego profundizaremos en cada una de las notas seleccionadas. Realizaremos una pequeña investigación sobre la situación, los involucrados y cómo se relaciona con el consumidor. De esta forma allí saldrán mínimo 3 notas que se presentarán de forma escrita. Como sabemos que no todos los días, es posible encontrar suficientes notas relacionadas con el consumo a través de los medios oficiales, tendremos otro tipo de fuente: no oficial.</p> <p>Las redes sociales jugarán un papel fundamental para desarrollar el trabajo diario. Esta herramienta permitirá a los usuarios poder denunciar los abusos de la industria. Estos casos serán divididos de acuerdo a su complejidad (La complejidad será determinada la gravedad de la falla o el número de peticiones sin respuesta). La veracidad de las historias se verificará a través de los documentos que los usuarios presenten como pruebas. Los más sencillos serán convertidos en noticias que serán objeto de una investigación no muy profunda, pero suficiente para mostrar un escenario general que muestre el a grandes rasgos la situación de una comunidad.</p>	<p>Contacto con la gente a través de redes sociales.</p> <p>Medios de comunicación.</p> <p>Agencia de noticias (Colprensa- EFE)</p> <p>Ministerio de hacienda</p> <p>Superintendencia de Industria y Comercio.</p>	Diaria	Sí	Sí

Historias	<p>Sección que narra los casos de los usuarios que previamente han compartido sus historias sobre abusos del comercio hacia los consumidores.</p> <p>Dedicada a desmentir o afirmar los beneficios que ofrecen los productos del mercado. Esta sección estará sub-agrupada en siete áreas: Tecnología, Vida Diaria, Vehículos, Vivienda y Financiero. Esta división se hace por dos razones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En ellas se pueden ubicar todos los bienes y servicios de consumo diario de un colombiano promedio. 2. Accesibilidad. Se convierte en una especie de filtro para que el usuario tenga fácil acceso a lo que busca específicamente. 	<p>YoConsumidor recogerá los casos a través del Chat y de las redes sociales.</p> <p>Luego, se encargará de hacer una investigación para corroborar los datos aportados por los usuarios y así proceder a armar la historia.</p> <p>Queremos que YoConsumidor sea un medio con un alto contenido visual. Por tal motivo, estas historias serán contadas a través de textos con fotos, infografías o videos.</p> <p>Las fotografías serán tomadas como una forma de narrar historias, más no como acompañamiento a los textos.</p>	<p>Contacto con la gente a través de redes sociales.</p> <p>Chat YoConsumidor</p> <p>Prensa Nacional</p>	Semanal	Sí	Sí
-----------	---	---	--	---------	----	----

Los 5 más	Es una especie de guía sobre la conformidad de los usuarios con los productos en el mercado. Semanalmente se escogerá un sector de la industria y se buscarán las 5 marcas más representativas. Allí se indicará cuántas quejas de los usuarios llevan hasta el momento. Estos números serán actualizados diariamente. Acá también tendremos las mismas categorías de la sección Historias.	En esta sección mostraremos un contador de quejas sobre las grandes empresas. Allí tomaremos un bien o un servicio específico y haremos una comparación entre las empresas que lo ofrecen. La idea es que la gente encuentre una guía rápida sobre la calidad del bien o servicio al momento de comprar.	Medios de comunicación. Industria Fecode	Diaria	Sí	Sí
Comunidad	El objetivo principal de YoConsumidor es crear, más que una audiencia, una comunidad. En este sentido, en la página de inicio se encontrará un chat que permitirá a los consumidores hacer consultas o exponer con nosotros sus casos en tiempo real. De esta manera se establecerá un vínculo directo en el que los usuarios se sentirán escuchados.	El chat será atendido por los periodistas del medio porque de allí se tomarán las historias que serán publicadas.	Contacto con la gente.	No aplica. Revisión constante.	Sí	No

YC guía	De las historias que nuestros usuarios comparten y nosotros exponemos, sacaremos algunos casos representativos para ofrecer una guía sobre cómo actuar en determinados casos.	Lo más representativo se tomará de acuerdo a la participación de los usuarios, tanto en el sitio web como en las redes sociales. Una vez elegido, se brindará asesoría sobre cómo resolver ese tema en específico, a qué tienen derecho y a dónde acudir. Se trata de una especie de consultorio en donde la gente encontrará consejos cortos de forma escrita sobre cómo resolver los problemas con la industria.	Historias de YoConsumidor	Semana	No	Sí
YC advierte	Este espacio busca informar a los consumidores sobre sus derechos. Aquí es posible encontrar el estatuto del consumidor explicado y las entidades que lo hacen cumplir.	El estatuto del consumidor es la ley por la cual se rige la relación entre comercio y consumidor. Aquí no solo lo encontrará completo, sino explicado en forma escrita. Esta sección será un directorio de las entidades a las que puede acudir para entablar una acción popular. Formato escrito.	Ley 1480 de 2011 Entidades	Página estática	No	Sí
Quiénes somos	Allí se encontrarán las bases de nuestra labor y de la concepción del medio.	Datos que relacionados con la ideología de la página: misión y visión de nuestro medio, así como el compromiso que nosotros adquirimos con los consumidores.	No aplica	Página estática	No	Sí

Audiencias

Como primera media, definamos qué es un consumidor. En Colombia el Estatuto del Consumidor o ley 1480 de 2011 define el consumidor o usuario, así:

Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica.

Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.

Son consumidores por extensión los que influyen en otros para la toma de sus decisiones. Por ejemplo los niños y los adolescentes que influyen en sus padres.

John F. Kennedy, Presidente de los Estados Unidos de América, en mensaje enviado al Congreso el 15 de marzo de 1962, afirmaba:

“Por definición, el término Consumidores, nos incluye a todos.

Ellos son el grupo económico más amplio que afecta y es afectado por casi cada decisión económica pública o privada. Dos tercios de todo el gasto en la economía lo hacen los consumidores. No obstante, es el único grupo importante que no está organizado efectivamente, cuyas opiniones a menudo no son escuchadas.”

Como consecuencia de este pronunciamiento, este día se celebra alrededor del mundo el día internacional del consumidor.

Hay 3 principios generales de las actividades que realiza el consumidor:

- El consumidor compra bienes y servicios para su vida.
- El consumidor es quien paga.
- El consumidor es el actor más importante de la economía.

De donde en la pura teoría económica se dice:

- El consumidor es el que controla.
- El consumidor tiene el poder
- La economía tiene al consumidor en el centro.

Pero en la realidad de la sociedad esta teoría se enfrenta a los intereses de quienes fabrican y suministran a los consumidores lo que necesitan para su vida.

El objetivo del productor de los bienes y servicios es aumentar sus utilidades. Así crece su riqueza, su poder en la economía y en la sociedad.

Con frecuencia, para lograrlo, algunos incurren en comercio abusivo, venta de productos defectuosos o inseguros, adulteración de servicios, prácticas deshonestas y publicidad engañosa.

El deseo de proteger los derechos de los consumidores empieza a desarrollarse a partir de la década de 1960 en los Estados Unidos de América.

Aunque, por definición, consumidores somos todos, YoConsumidor está diseñado para personas con algún conocimiento básico de internet. Al ser un medio digital, nuestra audiencia debe tener un interés por la participación de los contenidos digitales. No queremos delimitar a los usuarios con un rango de edad específico. Aunque las nuevas generaciones están más familiarizadas con los contenidos digitales, hemos encontrado que la edad de los consumidores que son interpuestas por canales digitales están alrededor de 40 años¹¹. Estas personas, si bien no tienen un hábito de defensa de sus derechos, tienen un interés en resolver justamente un problema con el comercio. Asimismo, pretendemos también llegar a una audiencia juvenil (desde los 12 años), por medio de contenido interactivo, buscamos que los jóvenes se sientan motivados a conocer sus derechos como consumidores. De esta manera será posible crear una nueva generación de consumidores que sepan a qué tienen derecho y cómo hacer uso de ellos.

La relación con la audiencia será establecida a través de redes sociales y el chat. YoConsumidor pretende ser un medio de comunicación inclusivo, que no solo responda a unas normativas editoriales, sino que tenga un contacto directo y constante con los consumidores, algo parecido a una comunidad.

¹¹ Información tomada de perfiles de los denunciantes a través de canales como Facebook y Twitter de la Superintendencia de Industria y Comercio y del Boletín del Consumidor.

Estilo del medio

1. Nunca se publicarán historias que respondan a intereses diferentes al bienestar de los consumidores.
2. Actuamos conforme a los lineamientos legales de la Constitución Colombiana y el Estatuto del Consumidor de la Ley 1480 de 2011.
3. Los consumidores siempre harán parte de la construcción de las historias. Este medio utilizará el crowdsourcing para el desarrollo de los contenidos, siendo los mismos usuarios los protagonistas de las historias.
4. El contacto con el ciudadano es primordial.
5. Nunca se publicará una historia sin ser previamente verificada.
6. Las imágenes de las historias deberán tener contenido periodístico. No se publicaran imágenes como acompañamiento a los textos.
7. Las marcas que se mencionen en las historias solo cumplirán fines periodísticos. No se harán publrreportajes.
8. La publicidad no puede ser invasiva. En el sitio web, los espacios publicitarios nunca se abrirán si el usuario no lo desea así.
9. No se publicarán términos jurídicos sin su debida explicación.
10. Siempre contestar las preguntas de los consumidores. Ningún mensaje podrá quedar sin respuesta.

Modos de Navegación

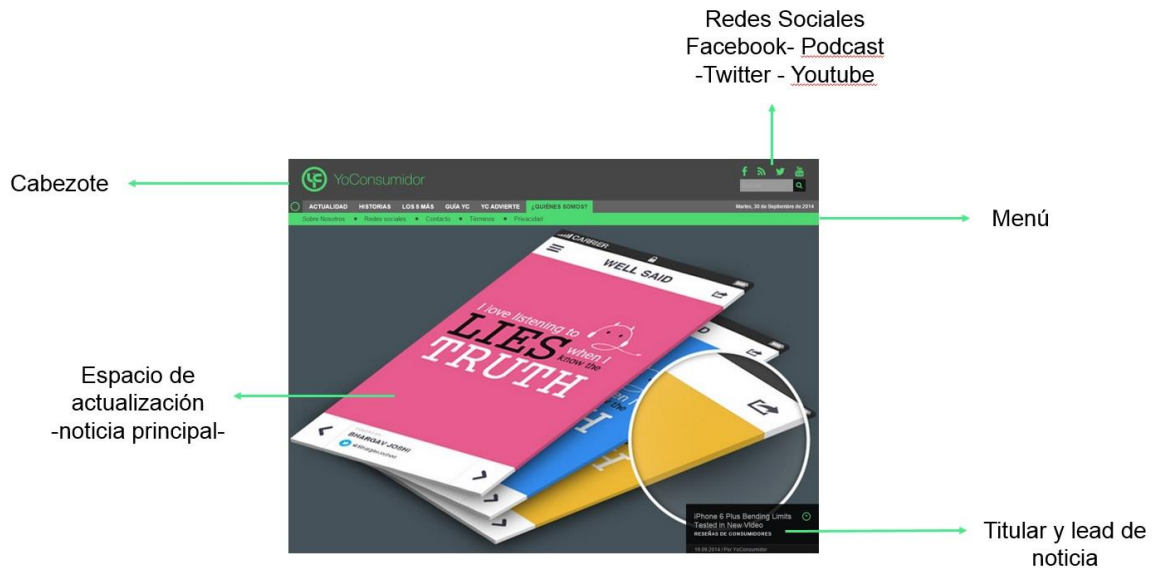
- Inicio

The screenshot displays the YoConsumidor website interface. At the top, there is a navigation bar with tabs for 'ACTUALIDAD', 'HISTORIAS', 'LOS 5 MÁS', 'GUÍA YC', and 'YC ADVIERTE'. Below this is a main banner featuring an iPhone 6 with the text 'I love speaking to LIES WHO? TRUTH'. A video player is visible on the right side of the banner, showing a video titled 'iPhone 6 Plus Cuidado: Lento, Faltan en New Video RESEÑA S DE CONSUMIDORES'.

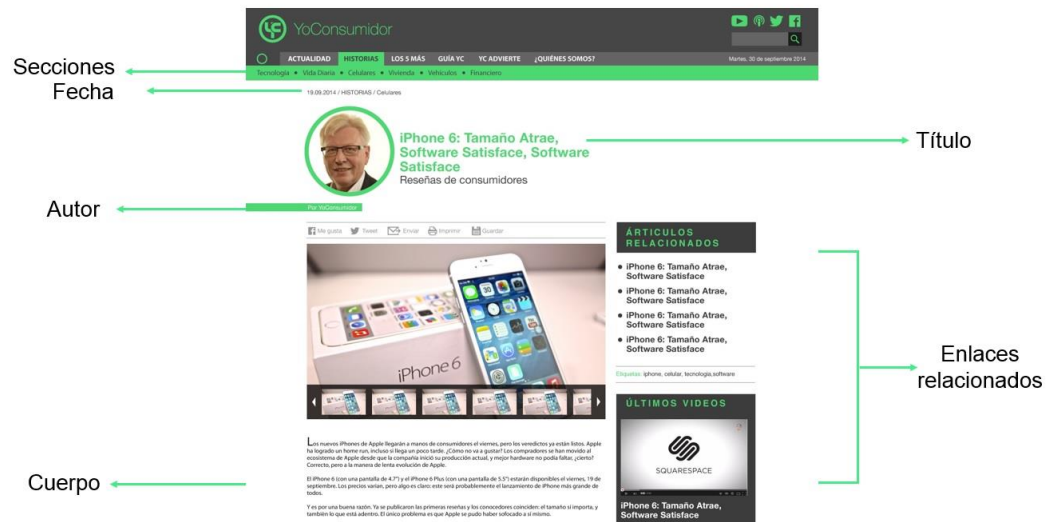
The main content area is divided into several sections:

- ACTUALIDAD:** A large article titled 'iPhone 6: Tamaño Abra, Software Satisfice' with a sub-headline 'Reseña de Consumidores'. The article text is partially visible, starting with 'Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum'.
- LOS 5 MÁS:** A list of five articles, each with a thumbnail and the same title 'iPhone 6: Tamaño Abra, Software Satisfice'.
- ÚLTIMOS VIDEOS:** A video player showing a video titled 'Nigel Kennedy - Viol...' with a progress bar at 0:00 / 1:02:20.
- HISTORIAS:** A section with a circular image of an iPhone 6 and a video player showing a video titled 'iPhone 6: Tamaño Abra, Software Satisfice'.
- Publicad YC (pregn 100% column):** A small section with a video player showing a video titled 'iPhone 6: Tamaño Abra, Software Satisfice'.

- **Navegación**



- **Página interna**



Modelo de negocio

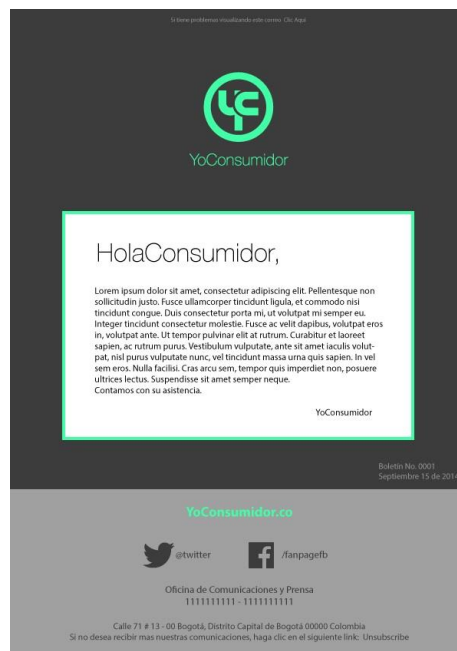
- Actividades

Uno de los servicios que se dará a la audiencia del medio es la asesoría para saber cómo debe actuar por sí mismo. Para quejas, denuncias, reclamos, sugerencias y reporte de aumentos de precios. A los usuarios con problemas personales, este servicio es gratis. Pero también se creará asesoría profesional a los consumidores para la defensa y protección de sus derechos. Esta está enfocada hacia los productores y proveedores de bienes y servicios para la divulgación del contenido del Estatuto del Consumidor y para cumplir con sus disposiciones para prevenir reclamos, denuncias y demandas de los consumidores.

YoConsumidor tendrá como producto principal, la elaboración de noticias. Esta labor se dividirá en la realización de noticias de actualidad, historias de los usuarios y guías prácticas para la solución de problemas de los consumidores.

Adicionalmente haremos la producción de boletines. El primero de ellos es el boletín pago. Este será personalizado y el cliente podrá elegir qué tipo de información desea recibir. El boletín pago está dirigido a un nicho empresarial: ejecutivos que no tienen tiempo para revisar constantemente noticias, pero desean estar informados a toda hora. Tan pronto se produzca una noticia –nacional o internacional- en los sectores de interés elegidos, el equipo de YoConsumidor enviará la información al correo o al celular del cliente. La presentación de estos contenidos será escrita y sin ningún tipo de link, esto para que el cliente pueda informarse en una sola mirada. Estas notas son redactadas por el medio.

Su visualización será así:



El otro modelo de boletín será gratuito para todos los usuarios de la página. Los interesados deberán llenar un formulario en el sitio web. Este tipo de boletín será más extenso que el otro, al ser semanal se enviará un calendario de eventos relacionados con el consumo. Aquí se podrá encontrar un resumen de las historias que van a ser publicadas en YoConsumidor.co a lo largo de la semana.

Su visualización será así:



- Propuesta de Valor

El valor de YoConsumidor está en la creación de un medio de comunicación que no existe en Colombia. A pesar de los intentos de algunas entidades por dar a conocer los derechos de los consumidores, hasta el momento ninguno ha tenido una acogida de audiencia que pueda considerarse importante dentro de los medios tradicionales. Para esto, hemos analizado todas las propuestas locales por atender a una gran audiencia de consumidores, en ellas encontramos fallas en la interacción con los usuarios, en el lenguaje utilizado y en un contenido inentendible. Nuestra idea es tomar estos errores y convertirlos en las virtudes de un medio de comunicación fresco, fácil de usar, entender y sobre todo que centre su contenido en la audiencia, donde los usuarios son los mayores aportante la materia prima de del trabajo, contrario a lo que pasa en los medios tradicionales en donde la mayoría de información es proveniente de grandes agencias de noticias o comunicados oficiales.

En este sentido, este medio pretende cubrir la necesidad de los colombianos de actuar en contra de los abusos del comercio y las autoridades. Creando así un empoderamiento de los consumidores, en una dinámica donde son ellos quienes tienen el poder y no los productores o proveedores.

- Clientes

Primero debemos dejar claro que nuestra audiencia no es necesariamente igual a los clientes. YoConsumidor atenderá un mercado masivo a través de los contenidos, que responderán únicamente a las necesidades de los consumidores. Estos podrían catalogarse como clientes indirectos. Con ellos buscamos tener una relación de asistencia personal con comunicación uno a uno. A partir del éxito de estos contenidos, que serán medidos en redes sociales y tráfico del sitio web, se desarrollará la venta de publicidad.

En segundo lugar encontramos una audiencia que sí es equivalente a cliente. Los lectores de los boletines pagos se constituyen entonces en una fuente de ingreso para este medio. Con ellos pretendemos establecer una asistencia personal mucho más específica y dedicada.

- Fuentes de ingresos

La publicidad¹² tendrá tres espacios: página en internet, boletín gratuito y boletín pago. En el primero de ellos, disponemos de dos lugares estratégicamente ubicados para no interferir con el contenido. En el segundo y el tercer caso, se manejará el patrocinio.

Además de publicidad, YoConsumidor encontrará una fuente de ingresos en la venta de información. Inicialmente se hará a través de los boletines pagos.

¹² Ver página 32.

YoConsumidor planea obtener ingresos de la siguiente manera:

1. Venta de publicidad no abusiva en el sitio yoconsumidor.co: limitada a espacios definidos que no molesten al visitante para ver el contenido.
2. Suscripción al boletín de noticias: boletín de noticias personalizadas. Interés de temas, actividades, oficios y profesiones. Este contará con el servicio de Suscripción a las noticias de última hora a los dispositivos móviles. (Breaking news)
3. Patrocinio en el boletín de noticias: esta venta se hará a un grupo de empresarios previamente seleccionados.
4. Debe llegar a vender los servicios de agencia de noticias por ser generador de información diferente.

- Socios

Contamos con el apoyo de la Asociación de Consumidores Unidos, quienes serán el soporte para el desarrollo del modelo de negocio a través de la promoción de nuestros contenidos entre su audiencia. Esta asociación cuenta con una amplia experiencia y reconocimiento entre:

1. Consumidores.
2. Productores de bienes y servicios.
3. Organizaciones gremiales.
4. Gobierno nacional.
5. Gobiernos regionales.
6. Gobiernos locales.
7. Congreso para la divulgación de las leyes.
8. Organizaciones nacionales.
9. Organizaciones internacionales.
10. Universidades, colegios y centros educativos.
11. Otros medios de comunicación nacionales y extranjeros.

- Costes

Equipos diseño	
Marca	Costo
Mac	3800000
Mac	3800000
Total	7600000
Equipos Periodistas	
Referencia	Costo
LG	1100000
LG	1100000
LG	1100000
Total	3300000

Mantenimiento mensual			
Personal		Oficina	
Cargo	Sueldo	Servicio	Costo
Diseñador Gráfico Senior	4000000	Agua	200000
Periodista	3000000	Luz	200000
Periodista	3000000	Internet	120000
Community Manager	3000000	Tv. Por cable	150000
Web Master	2000000		
Fotógrafo	800000		
Total	15800000	Total	670000

Estrategia de Mercado

- Producto

Este medio pretende establecerse en el mercado a través del posicionamiento de marca. Para ello se ha creado un logotipo con el que se busca una identidad.



- Precio

YoConsumidor no pretende posicionarse en el mercado por la competitividad de los precios sino por la clase de información. En ese sentido, se ha establecido que para la publicidad se empezarán a manejar los precios Tipo C de una agencia de comunicaciones. En este nivel se ubican las páginas de tráfico, estableciendo entonces un precio de 1.500.000 de pesos por *banner* en el sitio y en los boletines.

El costo por persona del boletín de noticias especializado será de 100.000 pesos por mes.

- Plaza o distribución

La principal forma de dar a conocer el producto es por medio de la promoción del sitio a través de sus redes sociales. Facebook y Twitter serán las primeras en ser implementadas. En ellas publicaremos, inicialmente, dos veces al día, la primera será una noticia de actualidad y la segunda pequeñas historias con las que la gente se sienta identificada. El contenido deberá ser mayormente gráfico para captar la atención de la gente y poco a poco ir creciendo en seguidores. Una vez consolidada una audiencia lanzaremos el sitio web.

Para formar una audiencia para los boletines pagos haremos una prueba sin compromiso ni costo. La primera semana recibirán la información totalmente gratis. Sin embargo, deberán inscribirse y realizar el procedimiento normal.

Como también haremos venta de publicidad, pretendemos ser pioneros de la publicidad personalizada. Los usuarios deben registrarse para recibir el boletín. Con la inscripción serán recolectados datos como: nombres, teléfonos, correos, nivel de escolaridad e intereses, información que al ser consolidada será una base de datos. Esta base de datos nos dará un perfil de los usuarios para poder segregarlos de acuerdo a criterios como edades, estratos y aficiones. Una vez hecha esta separación, ofreceremos a los patrocinadores un adicional de que sus productos les va a llegar clientes verdaderamente potenciales.

Asimismo, usaremos la figura del *Free Press*. Utilizaremos la prensa tradicional para darle impulso a YoConsumidor. Ya hemos credo una base de datos de medios que posiblemente estarían interesados en promocionar esta propuesta. Esta estrategia ya se ha ido trabajando con nuestros colegas para ir identificando en cuales secciones podría tener un espacio.

Memorias del proyecto

Este proyecto comenzó como el trabajo final de una clase de periodismo digital impartida por Juanita León y Olga Lucía Lozano. En el segundo semestre del 2013 trabajamos en un blog que resultó ser una propuesta poco llamativa visualmente, pero con gran acogida entre los colaboradores que compartieron con nosotros sus historias. Con esta experiencia entendimos que la gente necesitaba desahogarse de los atropellos del comercio; asimismo, informarse sobre sus derechos y aprender a defenderse.

El primer nombre que recibió YoConsumidor fue Mi protesta. Era una recopilación de denuncias de usuarios que habían tenido inconvenientes con agencias de viajes, aerolíneas, tarjetas de crédito y fuerza pública. Allí se dieron nuestros primeros pasos para contar historias manera diferente. En esa oportunidad utilizamos líneas de tiempo y fotografías para narrar los casos. Aunque el resultado no fue el esperado, pudimos determinar que en Colombia los medios de comunicación apoyan más los intereses de las grandes empresas, que los del ciudadano.

Para este trabajo de grado recogimos el aprendizaje de ese primer acercamiento con los usuarios y le agregamos nuevas experiencias, nuevos pensamientos y sobre todo, el conocimiento que nuestros profesores han compartido con nosotros en estos dos años.

Cuando nos sentamos por primera vez a reorientar este primer intento por crear un medio; como primera medida, pensamos en los aprendizajes que consideráramos más adecuados para el desarrollo de nuestro proyecto. Esto nos llevó a identificar a los profesores que más lograron dejar en nosotros algo más que conocimiento. Omar Rincón, Germán Rey, Maryluz Vallejo, Ana Lucía Duque y María Fernanda González Espinosa, Viviana Peretti son los profesores que más nos han servido para el desarrollo de este proyecto.

Primero empezamos por encontrar el valor de empezar un proyecto como estos, fue entonces cuando recordamos algunas conversaciones con algunos maestros. Por ejemplo: de Ana Lucía Duque recibimos enseñanzas y reflexiones alrededor de si ¿vale la pena ser periodista en la actualidad? De lo que dicen los estudiosos sobre esta pregunta, se observa que ninguno de ellos opina que no. Concluimos entonces, que debemos unirnos a este pensamiento y emprender un proyecto como YoConsumidor.

Al respecto, el director de la maestría nos dijo que “sí vale la pena porque sin periodismo no habría diversidad de ideas en el mundo. Sí vale porque es lo único que le mete miedo a los poderosos. Sí porque sin periodismo no habría democracia”.

Maryluz Vallejo también dijo que “después de treinta años de ejercer el periodismo, en los medios y en la academia: más que nunca vale la pena ser periodista en esta era de internet, cuando cualquier persona puede serlo en la práctica, porque la interpretación o el relato que hagamos de los hechos puede acercarse más a la verdad, y en democracias débiles como la nuestra (la colombiana) hace falta brindar orientación con criterio responsable, pensando en el interés público y no personal”.

Esta última frase de Maryluz nos llevó al siguiente nivel: la audiencia. La gente debe tener un papel primordial en los medios de comunicación, por esto es que queremos hacer un medio de construcción de contenidos colaborativo. En el tercer segmento de Géneros 2, con María Fernanda González, aprendimos que para llegarle a la gente debemos tener un estilo para redactar y escribir claro, sencillo y concreto. En frases cortas. Que contrario a lo que dicen los libros de periodismo, los periodistas sí debemos tener una posición clara frente a la realidad, pero que es fundamental, para la relación con nuestra audiencia, que esta forma de pensar se presente clara y transparente. Sin ningún tipo de engaños. En la clase sobre columnas de opinión, descubrimos que esta parcialización de los hechos, no tiene que ser necesariamente negativa, siempre y cuando nuestra audiencia esté en nuestro medio porque le gusta esa forma como vemos la realidad.

Omar Rincón enseña que para lograr el éxito las personas tienen que saber pensar por sí mismas y llenar la mente de mucho conocimiento. Esto se logra a través del estudio, de la lectura, de los videos, de los viajes y de las experiencias. Hemos seguido su consejo.

Dice también que en la transformación de la sociedad ‘la prensa es un dinosaurio por la existencia de la internet, los celulares y las redes sociales’. Concluimos entonces que los medios tradicionales no digitales van a dejar de ser medios de comunicación masiva. Estos van a ser reemplazados por los medios que se dan en la cultura de internet. Esto nos condujo a pensar en la importancia de los medios digitales.

El Internet desintermedia la noticia. El consumidor de noticias se acerca a la fuente primaria y evita la editorialización de estas. Las noticias no se contextualizan dentro del contexto de quien quiere manipular o dominar. Cada vez hay más gente haciendo periodismo. Hay más fuentes. El monopolio de las noticias ya no pertenece a los medios de comunicación.

Los medios de comunicación masiva que tienen sitios en internet deben cumplir las reglas del periodismo informativo si se quieren ganar la audiencia. Porque en el mundo digital la audiencia es la que busca y recibe lo que desea. Esta audiencia tiene tantas ofertas que el que se diferencie y le sea útil a esta se la ganará. Es entonces cuando evaluamos el estado del arte, sobre todo de los medios en Colombia. No solo analizamos los medios relacionados con los consumidores, también analizamos las formas narrativas de los medios tradicionales.

Los grandes medios Colombianos están haciendo un mal uso de las herramientas digitales, especialmente de la fotografía. La clase de fotoperiodismo fue un acercamiento para analizar estas fallas de los diarios nacionales digitales. Ella nos enseñó cuánta carga narrativa puede existir en una sola imagen, solo basta con pensarla como una forma de contar una historia, mas no como un acompañamiento de un texto. Aprendimos que las galerías fotográficas cumplen una función informativa que trascienden las secciones de entretenimiento de los medios, que deben aprovecharse en los medios digitales.

A través de la cultura de internet se forman los nuevos medios. Se usan los sistemas de comunicación masiva como son Facebook, Twitter y otras redes sociales. “El cambio digital y la digitalización no solo multiplicará la oferta de canales y soportes tecnológicos sino que Generará nuevas opciones”, afirma Patricia Ortega.

La revolución digital ofrece miles de posibilidades para obtener la información periodística. Debe cumplir con los requisitos de periodismo serio y útil para la sociedad y para la democracia.

Cada uno de nosotros es un consumidor de información. Migramos hacia la información de noticias ofrecida que nos satisfaga. Que cumpla con las condiciones que como consumidores cumpla con las condiciones que tenemos y ponemos.

Omar Rincón se refiere a los derechos que han ido apareciendo, que se pueden ejercer como son: exigir para la democracia, para la sociedad, para la ciudadanía. Podrá disfrutarse con más amplitud el ejercicio del derecho a informar, a comunicarse, a la libre expresión y a la libre opinión.

El periodismo profesional de noticias con las características que lo hemos conocido hasta hoy, está en peligro de acabarse, o dicho de otra manera, se juega su supervivencia.

Del profesor Rey aprendimos que el periodismo bueno requiere trabajo de campo. La obligación de tener un departamento de *fact checking*. No se puede mentir en los medios y hay que tener pruebas para hacer afirmaciones. Requiere cambios en la profesionalización de un buen periodista y en algunos de sus requisitos. Debe ser intercultural y tener buenas relaciones con la vida pública y la audiencia. Requiere una buena forma de narrar para contar historias.

Por último, aprendimos que lo primordial para la creación de YoConsumidor en relación con las nuevas tecnologías es el uso masivo del internet móvil. La amplia gama de dispositivos móviles que se han puesto al servicio de los consumidores han implicado un aumento de su uso para acceder a internet e interactuar en la red. Esto obliga a hacer grandes transformaciones en la producción y en la oferta de noticias e información de los medios digitales porque los usos y las costumbres de los consumidores están cambiando mucho.

Profundizamos sobre el derecho a la libertad de expresión. Y sobre el control que los gobiernos o los medios hacen al ejercicio de este derecho. Este problema del control para Germán Rey se da porque “los periodistas tratan problemas intratables”. Que pueden conducir a que no se permita que sean tratados públicamente. Tenemos bien arraigado este derecho. Nuestro medio debe cumplir con el ejercicio del derecho a la libertad de expresión.

De la enseñanza de cada uno de estos profesores entendimos que los medios deben ser un recuento verdadero, inteligente y comprensible de los hechos del día, en un contexto. Es así como surge YoConsumidor, un medio digital en el que defendemos abiertamente los intereses de los consumidores en Colombia que cuenta con un espacio de opinión sobre los productos y servicios que la gente compra en donde la gente puede conocer los derechos que tiene como consumidor.